

Prof.dr. Kees Brants

Mariage à trois: de veranderende verhouding tussen politiek, media en publiek



Universiteit Leiden

Mariage à trois: de veranderende verhouding tussen politiek, media en publiek

Rede uitgesproken door

Prof.dr. Kees Brants

ter gelegenheid van zijn afscheid als bijzonder hoogleraar in de
Politieke Communicatiewetenschappen
aan de Universiteit Leiden
vanwege het Leids Universiteits Fonds
op vrijdag 29 april 2011.



Universiteit Leiden

In november 2000, tien en een half jaar geleden, hield ik twee verdiepingen lager in het Groot Auditorium van de Leidse Universiteit mijn oratie over de ambivalente relatie tussen politiek en media (Brants, 2000). Daarin schetste ik hoe politici zich in toenemende mate leken op te winden over de kwaliteit van de media in het algemeen en de politieke journalistiek in het bijzonder. Ze leuken op of ze breken af, was kort gezegd hun kritiek. Ze zijn zelf actor geworden in het politieke proces en hebben daarmee een macht gekregen die hun rol als *gatekeeper* en informatiekanaal verre overstijgt; een macht bovendien zonder de verantwoording die gekozen politici kennen. En, zo liet ik toenmalig VVD-fractievoorzitter Hans Dijkstal mop-pen, omdat de vrijheid van de media een 'heilige koe' is, kan de overheid niet ingrijpen.

Omgekeerd, stelde ik, klagen journalisten ook heel wat af over de rol van politici. Zij masseren, maskeren en orkestreren het beeld dat over hen in de media verschijnt. Proberen de aard en oorzaak van een in het nieuws opspelend probleem te herdefiniëren; de ernst en omvang van een affaire te bagatelliseren; en spin doctors worden ingeschakeld om het beeld en de geloofwaardigheid te 'herstellen' of de dreun van een 'beschadigd' politicus te minimaliseren. Wij 'managen het opiniëerings- en besluitvormingsproces', zo omschreef de huidige minister van defensie Hans Hillen het eind jaren tachtig (in Scholten, 1989: 26). Toen nog als voorlichter van het ministerie van financiën, maar met de ervaring van de NOS-Journaalverslaggever en ook al een beetje vooruitlopend op zijn rol als spin doctor van het CDA.

Ik probeerde in mijn oratie de opwindende ergernis over de media, die steeds minder geïnteresseerd zouden zijn in de inhoud van de politiek en de mening van politici, en die vooral bezig waren zichzelf te verkopen, te *debunkten*: die complexe relatie tussen politiek en media, misschien wat aanmatigend, terug te brengen tot wat het mijns inziens werkelijk was. Als men toen z'n oor te luister legde in Den Haag dan zou men het idee kunnen krijgen dat politici en journalisten gevangen zaten in een met diepe loopgraven doortrokken stellingoorlog, in

een spiraal van wederzijds wantrouwen die de kwaliteit van de politieke journalistiek zou reduceren tot conflictoriëntatie en sensatie zoeken en die uiteindelijk het beeld van en het vertrouwen in politiek én media ernstig zouden kunnen schaden. Mijns inziens was dat idee toen gebaseerd op een viertal aannames over de politieke journalistiek, vier veronderstellingen waar ik op z'n minst wat vraagtekens bij wilde plaatsen.

2000: vier veronderstellingen over politieke communicatie

In de eerste plaats werd mij wat al te gemakkelijk aangenomen dat de druk van de markt en onderlinge concurrentie in een vorm van journalistiek zouden resulteren waarbij de inhoud en de kwaliteit het afleggen tegen de overwegingen van winst en marktaandeel. Deze ontwikkeling zou, een politiek-economische redenering volgend, tot een golf van vervlakking en 'opleuking' leiden, die van de publieke sfeer nog slechts een met lege infotainment gevulde kermis zou maken. Voor een dergelijke, door economische omstandigheden bepaalde ontwikkeling waren op dat moment genoeg voorbeelden te geven, maar voor een aantoonbare, structurele wetmatigheid dat concurrentie tot degradatie van journalistieke kwaliteit leidt, was deze *proof by example* niet voldoende. In tegendeel zelfs: uit longitudinaal onderzoek van Philip van Praag en mij bleek dat het met de inhoudsloze politieke communicatie nogal meeviel, dat talk shows als, toentertijd, die van Catherine Keyl zeer relevante politieke informatie konden bevatten, in verkiezingstijd soms zelfs meer dan het NOS-journaal, en dat politici in infotainment-programma's vaak de kans krijgen een sterk inhoudelijk verhaal neer te zetten (Van Praag & Brants, 2005).¹

In de tweede plaats zou de relatie tussen media en politiek verslechteren door de focus op schandalen en conflicten en de wijze waarop journalisten nieuws 'opgolven' tot mediahypes. Gedreven door, opnieuw, concurrentie en door nieuwswaarden waarin het afwijkende, het negatieve voorop staat, zullen journalisten minder geïnteresseerd zijn in wat de overheid heeft bereikt, maar eerder in waar zij faalt en waar zij intern van me-

ning verschilt. Een deel van de journalistiek zal op zoek gaan naar nieuws, zoals dat door de Amerikaanse *muckrakers* werd gedefinieerd: iets dat machthebbers niet gedrukt willen zien. Politieke journalisten vertonen echter niet alleen een drang naar primeurs, maar ook imitatiegedrag, zowel een neiging tot uniciteit als tot uniformiteit. Dat heeft twee effecten. Parlementaire journalisten zullen niet alleen deelnemen aan het vermeende 'papegaaiencircuit', maar ook hun rol van waakhond van de parlementaire democratie willen benadrukken. Tegelijkertijd leidt onthulling tot navolging, tot nieuwe journalistieke invalshoeken en tot het aanboren van nieuwe bronnen, andere deskundigen, en uiteindelijk tot een amplificatiespiraal van ernst en omvang. Nieuwswaardigheid heeft daarmee ook de neiging een tautologie te worden (Kitzinger & Reilly, 1997): als een onderwerp een bepaald nieuwsmomentum heeft bereikt, krijgt het vanzelf meer aandacht, gaat het rond zoemen, roept het nieuwe berichtgeving op.² Of journalistieke belangstelling zichzelf inderdaad voedt en of dit in de politieke communicatie in Nederland ook tot een onomkeerbare, negatieve spiraal leidt, daarover bestonden echter nauwelijks systematische data.

De derde veronderstelling, die ten grondslag lag aan het idee van een toenemend wantrouwen tussen politiek en media, was dat vroeger alles beter zou zijn geweest. Vroeger, dat wil zeggen nadat met de ontzuiling de politieke journalistiek aan het eind van de jaren zestig was geëmancipeerd en ontsnapt aan het knellende keurslijf van de regentenmentaliteit. Toen kritische actualiteitenrubrieken, dito weekbladen en inmiddels op de eerste School voor de Journalistiek opgeleide, professionele en onafhankelijke luizen de pels van de democratie waren gaan bevolken. Zij identificeerden zich niet langer met een bepaalde politieke partij, maar met de publieke zaak. En vanuit die positie riepen zij gezagsdragers ter verantwoording, controleerden zij de politieke beloftes op hun nakoming. Althans, dat was de spiegel van het nog zo nabije verleden, die wij ons maar al te graag voorhielden. Maar systematisch bewijs voor deze veronderstelling, longitudinaal onderzoek naar de inhoud en stijl van de politieke journalistiek in Nederland - met name ook buiten verkiezingsstijd in de routineperiode van het politieke

bedrijf - de data die het ideaaltypische beeld van het verleden van z'n romantische verblinding zou kunnen bevrijden, waren er rond de eeuwwisseling niet echt.

De vierde veronderstelling achter een afbrokkelende symbiose tussen politiek en media was dat de journalistieke zorgvuldigheid op de tocht zou staan. 'De leugen regeert', had de koningin een jaar daarvoor geklaagd: de feiten kloppen vaak niet meer en weerwoord ontbreekt (De Journalist, 3 december 1999).³ De redenering was: de scoop en de hopelijk daaruit resulterende verkoopcijfers zijn belangrijker dan de zorgvuldigheid in de waarheidsvinding. Soms zijn roddels en achterklap niet langer aanleiding voor journalistiek onderzoek, zij zijn zélf het nieuws. Beroepsethiek en journalistieke regels zouden steeds minder behoren tot de professionele bagage van journalisten. Het leek mij een relevante empirische vraag. In hoeverre weegt de journalist die, in een concurrerende en commerciële markt, informatie gelekt krijgt, de toegevoegde waarde van het geheime af tegen het besef mogelijk misbruikt te worden; hoeveel anonieme bronnen zijn nodig om een onthulling betrouwbaar te maken; hoe verhoudt zich het algemeen belang bij een onthulling tot het professionele belang van de journalist of het commerciële belang van het medium? Maar ook hier gold weer de neiging tot *proof by example*. Spannende voorbeelden zijn echter nog geen bewijs dat hoe sensationeler de onthulling des te onzorgvuldiger de journalistieke behandeling.

Het viel dus nog wel mee, was m'n algemene conclusie in 2000: waakzaamheid misschien geboden, de noodklok hoeft (nog) niet geluid. Dat was iets meer dan tien jaar geleden, tien jaar waarin het landschap, de cultuur en de stijl van de politieke communicatie dramatisch lijken te zijn veranderd. Een fascinerend decennium, waarin ook het onderwijs in de politieke communicatie en de wensen van de studenten dramatisch zijn veranderd: toen ik begon, gebruikte ik voor m'n onderwijs nog sheets en een overhead projector. Nu zijn power point, blackboard, partijpolitieke *viral movies* of een clip uit het TV-nieuws of een talkshow van de vorige avond nauwelijks genoeg voor de virtueel verwende student van nu. In tien jaar tijd lijkt de we-

reld van de communicatie op z'n kop gezet, tien jaar waarin de verhoudingen tussen politiek, media en publiek zijn opgeschud, als gevolg van veranderingen in elke punt van deze Gouden Driehoek. Een kleine sociologie van de verandering.

Tien jaar verandering

Politiek

Centraal in de politieke ontwikkelingen van de afgelopen tien jaar staat de flitsende opkomst en dramatische afgang, maar tegelijk ook het ogenschijnlijk blijvende effect van Pim Fortuyn. Hij slaagde erin sluimerende anti-establishment gevoelens in de samenleving te articuleren met in de media en politiek al evenmin erg zichtbare publieke ongerustheid over immigratie, veiligheid en Europeanisering - vaak in één adem genoemd. En hij bood oplossingen, althans als professor hadden zijn ideeën en voorstellen voor grote groepen geloofwaardigheid. Fortuyn's succes had minstens drie gevolgen. In de eerste plaats dat populistische politiek *salonfähig* is geworden, zoals Ruud Koole (2006) het in zijn oratie omschreef: tegen de gevestigde partijen, de wijze van besluitvorming ('achterkamertjespolitiek'), tegen de elite (inclusief de daartoe gerekende media), en vóór de noden van de gewone man die niet worden erkend door die politiek-publicitaire elite. Dat populisme ook niet meer beperkt blijft tot de politieke periferie ter rechter of ter linker zijde. In de tweede plaats haalde Fortuyn het immigratie-issue en de Islam vanonder de deken van de politieke correctheid die de zijns inziens werkelijke noden in de samenleving had toegedeekt en maakte het een bespreekbaar onderdeel van de politieke en media agenda, maar ook tot een openlijk onderwerp van publieke contestatie. In de derde plaats introduceerde hij een verharding van het politieke discours en de politieke omgang, en liet hij zien dat je daar, ook in een veronderstelde consensusdemocratie als Nederland, electoraal goed mee kan scoren.

Het lijkt erop dat we met Fortuyn de introductie hebben gezien van een adversaire toon en stijl, die al snel navolging kreeg bij partijen meer in het centrum van de politiek: de op het scherp

van de snede uitgevoerde leiderschapsstrijd bij de VVD tussen Rutte en Verdonk, dezelfde en al even harde strijd bij D66 tussen Pechtold en Van der Laan, allemaal een beetje ondergesneeuwd in het geweld van Geert Wilders en zijn PVV. Zijn populisme verengde anti-immigratie tot anti-Islam en hij voegde daar de koppeling aan toe van het grondrecht van de vrijheid van meningsuiting, aan het recht op schoffering van bepaalde bevolkingsgroepen, althans voor hemzelf en zijn beweging. Met een mengeling van irritatie en binnenpret constateer ik nu overigens de verrassende paradox dat de grootste criticus van de 'linkse kerk' uitgerekend dé vermaledijde werkwijze van de 'oude politiek' - gedogen - tot de zijne heeft gemaakt.

De Fortuyn-revolte heeft ook geleid tot een groeiende onzekerheid over de plaats, inhoud en vorm van de politiek. Die uit zich mijns inziens in vier ontwikkelingen. Eén, in wat Manin (1997) ziet als een verschuiving van een partijendemocratie, waarin de politieke partij, haar programma en de deskundigheid en autoriteit van de gekozen leider voorop staan, naar een toeschouwersdemocratie, waarin de authenticiteit en de persoon van de charismatische en empathische leider voorop staan, zijn *performance* en het in peilingen vervatte oordeel van het publiek. Tweede ontwikkeling, de noodzaak om in een toeschouwersdemocratie het politieke bedrijf (regering en partijen) te verkopen in een permanente campagne; uiteindelijk gericht op sturing van de media en op het herstel of het winnen van het vertrouwen van het kiezende en zwevende publiek. Drie, de introductie of verfijning van nieuwsmanagement en politieke spin, gericht op de beheersing van de onzekerheid over wat de media 'doen', en van de agenda van de politiek en het beeld van de politicus. Vier, een breed wantrouwen over de bedoelingen, de werkwijze en de macht van media en journalistiek. Uit een onderzoek dat Philip van Praag, Claes de Vreese en ik in 2006 hielden onder parlementariërs en parlementaire journalisten, bleek dat twee derde van de politici vindt dat journalisten te veel macht hebben. En 37 procent is er zelfs van overtuigd dat ze uiteindelijk zelf op die macht uit zijn (Van Praag et al., 2010).

Media

In media en journalistiek is vooral ook de ontwikkeling van de technologie belangrijk geweest. Toen ik in 1999 in Leiden begon, schreef ik nog dat in elke revolutie voor rebellen het eerste te veroveren object het televisiestation is. Nu, in het decennium van mobiele telefoon, Facebook, YouTube en Twitter lijkt de TV een gepasseerd station. Dat zal zonder twijfel invloed hebben op het functioneren, de stijl en het brongebruik van de reguliere verslaggeving, al wordt de betekenis van de sociale media in de Nederlandse politieke communicatie vooralsnog overschat. Bovendien, dat daarmee de virtuele burgerjournalist de razende reporter heeft verdrongen, is ook zo'n mythe, zoals Tom Bakker en Chris Paterson (2011) hebben laten zien. Er zijn wel erg veel opinies online, maar vooralsnog weinig originele journalistiek. Dat lijkt het pas te worden als de reguliere media de informatie overnemen.

6 De afgelopen tien jaar hebben echter wel nieuwe, lang niet altijd eenduidige, verschijningsvormen van politieke communicatie laten zien. In de eerste plaats is de politieke journalistiek zich meer rekenschap gaan geven van de interesses en wensen van haar publiek. We moeten 'van de staat naar de straat' schreef hoofdredacteur Hans Laroes (2002), toen hij na de winst van de LPF in 2002 zich realiseerde hoezeer zijn NOS-Journaal de onderbuikgevoelens van woede en miskenning van aanzienlijke delen van de Nederlandse samenleving had gemist. Andere hoofdredacteurs zeiden en deden het hem na. In de tweede plaats hebben off- en online media ook hun virtuele kolommen opengesteld voor de *vox populi*. Vooral de discussieforums van De Telegraaf (bereik ruim 900 duizend online bezoekers per dag) en Elsevier (ongeveer de helft) tonen niet zelden, wat oud-CDA-Kamerlid Jan Schinkelshoek ooit omschreef als een 'open riool' van meningen, verwensingen en scheldkanonnades (Intermediair, 12 december 2008).

In de derde plaats wordt naast de *vox populi* ook meer aandacht besteed aan de stem van de populistische voormannen en het immigratie-issue (Adriaansen & Van Praag, 2010). Dat

gaat echter gepaard met een journalistieke ambivalentie hoe om te gaan met populisme in het algemeen en Geert Wilders in het bijzonder. Zijn uitgesproken mening, vaak verpakt in harde taal en stevige beschuldigingen, passen uitstekend in de nieuwswaarden van de journalistiek en ontmoeten daarom vaak een lage nieuwsdrempel. Anderzijds zijn journalisten bevreesd voor de beschuldiging met hun overmatige aandacht te hebben bijgedragen aan zijn electorale succes. Wilders' vergeefse reis naar het Britse parlement, waarvan hij wist dat hij met zijn Fitna-film niet door de douane zou komen, was een publicitaire meesterzet en een journalistieke misser: het vliegtuig zat vol met het vaderlandse journaal.⁴ In de vierde plaats zien we dat een deel van de politieke informatie op televisie aan het verschuiven is van de 'harde' nieuwsrubrieken naar de 'zachtere' talkshows.⁵ Uit onderzoek blijkt overigens dat het laatste genre vaak een groter kenniseffect heeft dan het zakelijke, feitelijke nieuws - zeker bij politiek nauwelijks geïnteresseerden (o.a. Baum, 2002).

Tenslotte heeft de infotainment-journalistiek er een nieuwe vorm bij gekregen in de nieuwsblog GeenStijl en haar televisievariant PowNews, en misschien ook in de comedy-achtige journalistiek of journalistiek-achtige comedy van De Jakhalsen, en het al snel ter ziele gegane Triana en CQC. Zij kenmerken zich door een mengeling van professionele onthullingsjournalistiek en non-professionele *Spielerei*, waarin nadrukkelijk wordt gebroken met journalistieke regels als hoor en wederhoor, scheiden van feiten en commentaar, en objectiviteit. De stijl is een mix van ironie, agressie en beschuldiging; het politiek-maatschappelijk establishment van links én rechts wordt zowel populistisch weggezet als elitair voor gek.⁶ De meest politici voelen zich zeer ongemakkelijk wanneer zij Rutger Castricum zien aankomen.

Publiek

Als laatste in vogelvlucht de veranderingen bij het publiek. In 2000 hield ik mijn oratie onder de titel *Double Bind*, nu heet het een *Mariage à Trois*. Niet de gebruikelijker *Ménage à Trois*,

overigens, die mij een iets te seksuele ondertoon heeft, en ook om niet de indruk te wekken dat ik naast het Engels ook nog het Frans zou beheersen. In de politieke communicatie is er naast politiek en media nog een derde partij: het publiek. Je zou het bijna vergeten. Tijdens een van onze regelmatige besprekingen over wanneer we nu eens echt beginnen met ons *magnum opus* over politieke communicatie in verkiezingstijd, wees Philip van Praag mij er terecht op dat de veranderingen bij het publiek waarschijnlijk dé drijvende kracht zijn achter de onzekerheid van en het onderlinge wantrouwen tussen politiek en media.

Sedert Fortuyn kent Nederland in het electoraat twee nieuwe, althans voor het eerst nadrukkelijk aan de oppervlakte tredende, deels overlappende politieke scheidslijnen. In de eerste plaats als gevolg van wat Bovens en Wille (2010) de diplomademocratie noemen, een kloof tussen de zelfverzekerde, goed opgeleide burgers met toegang tot de politieke arena's en politieke elites en aan de andere kant de minder opgeleide burgers die zich boos buiten gesloten voelen van die arena's. Er is daarbij sprake van een *exclusion bias*: bepaalde opinies zijn in het politieke en publicitaire vertoog niet vertegenwoordigd, m.n. opinies die eerder gedeeld worden door de lager dan de hoger opgeleiden. In de tweede plaats is er sprake van een nieuwe maatschappelijke scheidslijn als gevolg van met globalisering samenhangende culturele veranderingen (Kriesi et al., 2008). Een deel van de burgers - vooral de lager opgeleide en kleine ondernemers - is angstig voor die globalisering en de daarmee samenhangende open economie en verzet zich tegen de voor hen meest zichtbare en hinderlijke uitvloeisels ervan: immigranten, vooral Moslims, en Europeanisering. Daar tegenover staan de winnaars van de globalisering die baat hebben bij de open grenzen en die cultureel veel toleranter zijn. Zij komen sterk overeen met de winnaars van de diplomademocratie.

Bij die nieuwe politieke scheidslijnen past ook een beeld van cynisme en wantrouwen over het politiek-publicitaire establishment. Maar dat beeld is ambigue. Met betrekking tot

het vertrouwen in de politiek zien we enerzijds dat meer dan 90 procent van de bevolking (overigens al sedert 1994) vindt dat politici meer beloven dan ze kunnen waarmaken - één van de statements aan de hand waarvan politiek cynisme wordt gemeten. Maar anderzijds is dat wantrouwen in Nederland in Europees perspectief helemaal niet zo hoog, door de tijd sterk fluctuerend en volgens veel politicologen zelfs dalend (Thomassen, 2010; Bovens & Wille 2011). Dat anderen (ROB, 2010; zie ook Thomassen 2010) wel een toenemend cynisme zien, bevestigt eerder dat het bij het publieke wantrouwen om een ambigue beeld gaat. Het bestaan van een vertrouwenscrisis bij de burgers lijkt eerder opgeroepen te worden door de politiek maatschappelijke elite zelf. Zij koppelen dat niet zelden aan een afnemend vertrouwen in de media. Ook hier laten Eurobarometer cijfers een veel minder somber beeld zien: twee derde van de Nederlanders heeft vertrouwen in de televisie, 57% in de geschreven pers en 51% in het internet - dat is nog meer dan over het algemeen in politieke partijen en steekt gunstig af bij andere Europese landen (Eurobarometer, 2008 en 2010). Door de tijd gemeten zien we wel fluctuaties, maar die lijken vaak ingegeven door actualiteit in pers en politiek.

Dat wantrouwen mag zich dan relatief minder uiten in publieke opiniecijfers, het wordt wel steeds meer en luider gehoord in de duizenden anonieme online oproepen van zogenaamde 'reaguurders' tot mishandeling, moord en brandstichting aan het adres van mensen in het nieuws, nieuwsmakers en vooral van politici (Intermediair, 12 december 2008). De forummoderatoren hebben hun handen vol aan de opiniërende bijdragen van deze online nieuwsconsumenten.

Een breuk?

Als ik het geschetste beeld van de afgelopen tien jaar kort samenvat - ontdaan van alle nuance en dus sterk gechargeerd - dan lijkt het erop alsof we een ontwikkeling zien van consensus naar contestatie en populisme, van een respectvolle, op het algemeen belang gerichte journalistiek naar een marktgedreven anti-establishment oriëntatie, en van een volgzaam en voor-

spelbare naar een zwevende en zwervende burger, als consument van politiek en media bovendien steeds ongeduldiger, vaak wantrouwer en niet zelden bozer. Zo'n samenvatting doet de werkelijkheid natuurlijk geweld aan, maar ze roept wel de vraag op of we in de afgelopen tien jaar een breuk hebben gezien in het veld, de aard en de vorm van de politieke communicatie in Nederland.

Een aantal ontwikkelingen is natuurlijk al eerder ingezet. Manin's schets van een partijen- naar een toeschouwersdemocratie is van meer dan vijf jaar voor de Fortuyn-revolte. Al langer is ook de functie van politieke partijen - rekrutering van bestuurders en de plaats waar de articulatie van eisen en ontevredenheid uit de samenleving wordt verbonden en geconfronteerd met de eigen ideologie en programma ter nastreving van het algemeen belang - aan erosie onderhevig. Teruglopende ledentallen en dito financiën, afnemende loyaliteit van de electorale aanhang en vermindering van hun maatschappelijk aanzien zijn zowel oorzaak, versterker als resultaat van dit proces. Al langer ook is sprake van mediatisering van de politiek, een ontwikkeling in de politieke communicatie van een publieke of politieke logica naar een medialogica. Waar, in ieder geval ideaaltypisch, de journalistiek zich eerst identificeerde met de publieke zaak en het publiek werd aangesproken als burger, doet ze dat nu al geruime tijd meer met de zaak van het publiek, met wat de consument beroert. Dat wordt door de media als een betere garantie gezien voor het eigenbelang van groei, voortbestaan of overleven. Politieke partijen dreigen daarbij de gevangene te worden van de voorwaarden en productieroutines die uit een medialogica naar voren komen.

Ook bij de media zelf zijn veranderingen deels reeds eerder ingezet. De afnemende loyaliteit van de abonnee of het lid begon reeds in de jaren zestig. In 1989, met de komst van de commerciële omroep, trad al een verscherping op van de onderlinge concurrentieverhoudingen. Op de krantenmarkt mengen zich intussen buitenlandse uitgevers, samen met investeringsmaatschappijen die in de eerste plaats een snelle en winstgevende

return of investment willen. De omroepmarkt is een van de meest concurrerende van Europa geworden. Met de opkomst en groei van het internet stijgt het informatie-aanbod, versnelt de nieuwscyclus en worden nieuwsconsumenten bij wijze van spreken uitgenodigd op een andere, meer actieve en door henzelf te bepalen manier met informatie om te gaan of deze juist te omzeilen. Daarmee en door het met internet en gratis dagbladen gegroeide idee dat voor informatie eigenlijk niet betaald hoeft te worden, verandert de sector gestaag van een aanbodmarkt in een vraagmarkt. Niet langer bepalen alleen media en journalisten welke informatie zij zullen aanbieden. De vraag waar het publiek in geïnteresseerd is, wat zij leuk vindt, wordt steeds belangrijker in de strijd om marktaandeel en reclameinkomsten. Tot in de jaren negentig van de vorige eeuw was de aard van de berichtgeving in de aanbodmarkt over het algemeen beschrijvend, inhoudelijk en naar de politiek kritisch maar respectvol. In een medialogica, die al voor Fortuyn en het internetsucces inzette, wordt die berichtgeving ten opzichte van het publiek meer onderhoudend en empathisch gericht op de man-in-de-sstraat, en ten opzichte van de politiek meer interpretatief en afstandelijk, vanuit een weten wat er werkelijk speelt in de politiek, een conflict, een achterliggende strategische overweging; waarna het bericht of de persoon ook als zodanig geframed wordt.

Ook bij het publiek geldt dat een aantal ontwikkelingen al langer gaande is, zoals de veranderingen in het mediagebruik en het electorale gedrag. Burgers hebben een steeds grotere keuze aan mediasoorten, genres en inhouden en hun mediaconsumptie vertoont dan ook een hoge mate van fragmentatie en onvoorspelbaarheid. De ontwikkelingen bij de kiezers zijn al met de ontzuiling in de jaren zestig begonnen en sinds de verkiezingen van 1994 heeft Nederland een van de meest volatiele electorale markten van Europa. Kiezers twijfelen meer en langer tussen partijen en per verkiezing verandert 20 tot 30 procent van voorkeur. Maar als we al kunnen spreken van zwerven en zwalken dan is dat toch nog steeds over het algemeen binnen de bandbreedte van wat als verwante partijen

wordt gezien. Een partij als de PVV, die sociaaleconomisch linksig, ten aanzien van persoonlijke vrijheden liberaal en in kwesties als veiligheid, immigratie en Europa weer meer rechts of conservatief is - een partij kortom die het links-rechts profiel op scherp zet, kan de bandbreedte van die volatiliteit danig oprekken.

Al veel langer is ook sprake van een proces van individualisering en consumptie-oriëntatie, vooral onder jongeren - door de Amsterdamse politicoloog Jean Tillie zo mooi omschreven als de Queen-generatie: *I want it all and I want it now!* Die individualisering wordt steeds hedonistischer, maar ook steeds paradoxaler en onvoorspelbaarder. Paradoxaal, omdat veel burgers enerzijds willen dat de overheid zich niet met hen bemoeit, maar anderzijds dat ze wel hun problemen oplost. Onvoorspelbaar, omdat we nu te maken hebben met, in de omschrijving van Liesbet van Zoonen (2011), een *post-fact society* en een *I-pistemology*, waarin een op geloof of ideologie gebaseerde, met feiten onderbouwde, waarheid het moet afleggen tegen 'wat-ik-vind', willekeurig peurend uit mijn persoonlijke ervaringen en emoties. Uiteindelijk zou 'ik' daarmee als ervaringsdeskundige wel eens de bron kunnen worden van en beslisser over wat waarheid is, niet de elite van de politieke communicatie. De journalist Frits Bloemendaal (2011) heeft eerder vandaag, in het symposium dat aan deze lezing vooraf ging, laten zien dat deze *fact-free politics* al ruimschoots tot de Tweede Kamer is doorgedrongen.

Wat te doen?

Als er dan misschien geen echte, volwaardige breuk geweest is in de afgelopen tien jaar dan toch wel een trend. Dat zoeken naar systematiek in ontwikkelingen, naar specifieke fasen en het ontwikkelen van temporele typologieën heeft ook risico's. En ik steek daarbij graag de hand in eigen boezem. Ik ga toch weg. Die wetenschappelijke *drive* voedt en stuurt de neiging om ontwikkelingen als eenduidig en lineair te zien, als een volgende fase, logica of tijdperk aan te duiden, logisch en onvermijdelijk voortkomend uit de vorige - en waar een afwijking

gevonden wordt deze te zien als aberratie, tijdelijk of in zichzelf misschien weer symptomatisch. Zeker, er zijn ontwikkelingen, maar die zijn meestal allesbehalve eenduidig, vaak fluctuerend en fragmentarisch, niet zelden tegengesteld, paradoxaal of al-lemaal tegelijk.

Als ik dan toch één trend wil benoemen, dan is dat het permanente en nog steeds luider wordende geklaag over de media, tot voor kort alleen afkomstig van het politieke establishment en nu ook van de 'reaguurders' van De Telegraaf en GeenStijl: *bien étonnées de se trouver ensemble*. Mijn *debunk*en in 2000 is kennelijk tevergeefs geweest. Sterker, het klagen heeft zich inmiddels versterkt met een roep om ingrijpen.

De huidige minister van buitenlandse zaken, Uri Rosenthal, deed dat al in 2001. In een bijna vergeten artikel in Bestuurskunde verbaasde hij zich erover dat enerzijds media onderdeel zijn van wat hij de 'machtenparade' noemde - zij bepalen zelf wanneer ze over wie met welke strekking berichten - maar dat zij anderzijds niet onderworpen zijn aan de democratische vereisten van transparantie en controle (Rosenthal, 2001). Hij zag wel mogelijkheden die oneffenheid weg te werken, bijvoorbeeld door een jaarlijks parlementair debat in de Tweede Kamer over de rol en werking van de media, waarna de fractievoorzitters zich uitspreken over de kwaliteit van de berichtgeving en over de journalistieke bijdrage aan het functioneren van de democratie. Die fractievoorzitters - andere oplossing - bepalen een budget dat ter beschikking wordt gesteld van media-vouchers voor de burgers, die hen het recht geven op een nader te bepalen aantal minuten zendtijd of tekstregels. En dit alles natuurlijk ten behoeve van het algemeen belang en met behoud van de universele waarde van de persvrijheid.

Twee jaar later, een jaar na de dood van Pim Fortuyn en kort na de verkiezingen van 2003 luidden twee adviesorganen de noodklok over de werkwijze en de kwaliteit van de journalistiek. De Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (2003) concludeerde dat de politieke nieuwsmedia de decorbouwers van de publieke zaak zijn geworden die de spelregels van de

openbaarheid bepalen. Door selectie, interpretatie en *framing* beïnvloeden zij de ruimte die politici en burgers hebben om standpunten naar voren te brengen. De negatieve gevolgen dienden te worden afgeremd. In de voorstellen daartoe resoneerden de ideeën van Rosenthal. Naast zelfregulering pleitte de RMO voor transparantie en zaken als convenanten van publieke verantwoording, een kwaliteitscharter, *public hearings*, een media watchinstituut dat de berichtgeving onderzoekt en daarover rapporteert, en een jaarlijks media-politiek verantwoordingsdebat, waarin journalisten, politici en burgers hun eigen en elkaars functioneren becommentariëren. En dat alles natuurlijk met behoud, zo niet ter versterking van de vrijheid van meningsuiting.

De Raad voor het Openbaar Bestuur kwam tot ongeveer dezelfde diagnose van de stand van de politieke communicatie in Nederland, maar ging in haar oplossingen nog een stapje verder (ROB, 2003). De overheid moet zelf meer het initiatief nemen, met actiever gebruik van informatie- en communicatietechnologie, met een eigen overheidskrant, door zendtijd te kopen, minder responsief te worden voor mediaberichtgeving en de relatie met de media te ontvlechten, zodat men weer zelf de politieke agenda kan bepalen en beter kan aansluiten bij de leefwereld van burgers.

Recentelijk hebben een Tweede Kamerlid van de PvdA en een hoogleraar in Nijmegen in de discussie over het functioneren en de kwaliteit van de journalistiek het woord 'keurmerk' in de mond genomen. En schielijk weer ingetrokken, althans als dat uitgelegd zou worden als overheidsingrijpen. Martijn van Dam vond in De Volkskrant (14 maart 2011; zie ook zijn blog van dezelfde dag) dat journalistieke programma's van de publieke omroep aan professionele normen moeten voldoen: scheiden van feiten en opinies, hoor en wederhoor, een onafhankelijke redactie en aangesloten zijn bij de Raad voor de Journalistiek. Achteraf wilde hij daar liever niet het label 'keurmerk' aan hangen. Jo Bardoel (2010) constateerde in zijn oratie bij de aanvaarding van de nieuwe leerstoel Journalistiek en Media dat het

met de institutionele garanties voor journalistieke onafhankelijkheid in een multimediale omgeving maar matig gesteld is. Goede journalistiek moet een sterk merk worden, geschraagd door een keurmerk waarmee de aard en kwaliteit van product en maker herkenbaar gemarkeerd worden - overigens wel een keurmerk van de beroepsgroep zelf.

Vooralsnog hebben al deze voorstellen slechts zeer ten dele tot concrete maatregelen geleid.⁷ Maar er blijkt wel uit dat in brede kring of in ieder geval in breed gehoorde kring het idee bestaat dat er iets gedaan moet worden aan de garantie van kwaliteit, aan publieke verantwoordelijkheid en aan de mate van verantwoording van de politieke journalistiek. Ondanks mijn twijfel over nieuwe vormen en algemene kwaliteit behoor ik niet tot die kring. Er moet vooral veel gepraat worden over het functioneren van de media in onze parlementaire democratie, binnen de beroepsgroep misschien zelfs aan de hand kwaliteitscriteria, er mag ook geschud en geschopt worden, maar een overheid die zich bemoeit met het functioneren van de media is mij nog steeds een brug te ver. Het definiëren van goede journalistiek als publicatie of uitingen die bedoeld zijn om in het publieke debat een rol te spelen, zoals minister Hirsch Ballin het formuleert in zijn wetsvoorstel bronbescherming (TK 2008), gaat mij tot aan het gaatje - zelfs als hij hierbij schrijft geïnspireerd te zijn door de juriste professor Chrisje Brants. Als je een privilege wilt, moet je aan bepaalde voorwaarden voldoen, zeker. Maar moet dan de rechter bepalen wat wel of niet een bijdrage aan het publieke debat is? Onafhankelijkheid en dus functioneren zonder geïnstitutionaliseerde vorm van verantwoording is zowel noodzakelijke voorwaarde voor als de achilleshiel van de persvrijheid.

Tot slot

Het voordeel van een afscheidsrede, in vergelijking tot een oratie, is dat je ongestraft alles en iedereen er van langs kunt geven. Ik had me dat ook voorgenomen. Ik was van plan om van leer te trekken over de politieke communicatie in Nederland, die symbiose, LAT-relatie of echtscheiding tussen politiek,

media en publiek, over wat we beweren en wel of niet denken zeker te weten. En hoe een en ander nu definitief te duiden. Als ik het zeker had geweten, had ik het ook niet nagelaten. Maar ik denk dat onzekerheid hét kenmerk van de politieke communicatie anno nu is, zowel van de politiek (over haar eigen plaats en functioneren, over haar kiezers en over de media oud en nieuw), onzekerheid van de media (over hun voortbestaan, over wie en wat journalisten zijn, over de politiek en over hun publiek als consument en concurrent), onzekerheid van het publiek (over haar woede en ratio, over wat zij van de politiek en media kunnen verwachten, wat ze er mee aan moeten). En onzekerheid van de politieke communicatiewetenschap, die - midden in dit decennium van verandering - wat mij betreft nu niet veel meer kan dan die onzekerheid in kaart brengen. Voor een finaal oordeel over een breuk en beklijvende verandering is het stof der tijd nog lang niet genoeg neergedaald.

Toch wil ik tot slot wel twee dingen zeggen, twee schoten voor de boeg misschien, stellingen waar anderen dan maar weer tegenaan moeten schoppen. In de eerste plaats over de macht van de media. Te makkelijk wordt mijns inziens gesproken over dé macht van dé media. Te makkelijk worden op één hoop gegooid hun macht om te bepalen waar ze aandacht aan besteden - agendamacht - aan wie – aandachtmacht - en op welke manier - definitie- of framingmacht. We weten bovendien uit onderzoek dat de bron van elk van die machten in de meeste gevallen toch voor een groot deel bij de politiek en de politici ligt. Maar misschien nog wel het belangrijkste: té makkelijk wordt überhaupt over macht gesproken. Macht veronderstelt een bewust pogen besluit- of beeldvormig te beïnvloeden om een bepaald doel te bereiken. Mediamacht veronderstelt bijna een complottheorie: journalisten die alles in het werk stellen om hun wil door te zetten. Ruim een derde van de Nederlandse politici is daar ook van overtuigd. Het gaat hier echter om invloed, om het effect van de werkwijze en de structuur van de media op het beeld van de politiek dat wij hebben. Journalisten mogen wat mij betreft worden aangesproken op de nonchalance waarmee ze met hun invloed omgaan, zich daar te weinig re-

kenschap van geven. Maar laten we ophouden hen te verwijten dat ze zich bezig houden met bewuste machtsuitoefening. In de tweede plaats wil ik iets zeggen over de vox populi. De Amerikaans-Nederlandse historicus James Kennedy (2009) heeft terecht gememoreerd dat het Nederlandse politieke systeem lange tijd was gebaseerd op het pre-democratische principe dat het volk niet té veel macht moest krijgen. Het egalitaire ethos van de jaren zestig - een tamelijk elitaire beweging overigens - veroorzaakte de eerste barst in dit systeem: iedereen mocht opeens meedoen, iedereen was in principe gelijk. De diplomademocratie en de politiekpublicitaire consensus van het Verlichtingsideaal, dat participatie toch vooral rationeel, verstandig en zonder emoties moet zijn, betekende dat de barst misschien wel een breuk maar toch niet een echte kloof kon worden. Er was bovendien nog geen media-infrastructuur die het mogelijk maakte boos van de toren te blazen. Het is mijn inziens het reality-programma Big Brother geweest dat als eerste ruimte en legitimiteit heeft gegeven aan het alledaagse, aan de emotionaliteit van de persoonlijke opwindings, aan de niet door rationaliteit gesmoorde gevoelens van de ervaringsdeskundige. Fortuyn, en vooral de politieke en publicitaire schrikreacties na zijn dood, betekenden dat de vox populi ook politiek een plaats kreeg op het platform van de Verlichting. Nu roept men (zoals de politicoloog Jos de Beus) vertwijfeld dat 'de getatoëerde klasse' de publieke ruimte heeft overgenomen en zou men het liefst de genie weer terug stoppen in de fles. Dat is vragen om het onmogelijke, het onwenselijke en, feitelijk, het ondemocratische. Waarschijnlijk zullen in het internettijdperk meer mensen dan ooit aan het politieke discours deelnemen, al of niet gehinderd door kennis van zaken; als de meeste politici en journalisten nog maar in de *fact-society* wonen. Op mijn oude dag roep ik: leve de onzekerheid! Daar mag een nieuwe generatie van politicologen en communicatiewetenschappers zich op stuk bijten.

Noten

- 1 Bovendien hing er rond die redenering - dat concurrentie tot kwaliteitsverlaging leidt - een ogenschijnlijke paradox. In reactie op de concentratie in de dagbladders wordt over het algemeen naar voren gebracht dat minder krantentitels en monopolievorming in de uitgeverwereld een bedreiging kunnen vormen voor de diversiteit in de door de media naar voren gebrachte feiten en opinies. Persconcentratie leidt tot meningsconcentratie en bedreigt daarmee de meningsvorming. Als bij de televisie, na het publieke monopolie, vanaf 1989 het omgekeerde gebeurt - deconcentratie, meer zenders, meer tv-nieuws en meer informatieve programma's dan ooit tevoren - dan blijkt die uitbreiding van de mediamarkt volgens critici van de commercialisering hetzelfde effect te hebben als een krimpende markt. Concurrentie leidt kennelijk evenzeer als concentratie tot vervlakking van het informatieaanbod. Een ogenschijnlijk onoplosbaar dilemma.
- 2 Dat geldt des te meer in Den Haag, waar toen zo'n vierhonderd bij Nieuwspoort geaccrediteerde journalisten werkten - om het wat gechargeerd te zeggen, twee à drie nieuwsgangers per Kamerlid - en niet veel minder voorlichters en lobbyisten.
- 3 En ook zij schreef deze ontwikkeling toe aan commercialisering en popularisering van de media. Waar sommigen zich opwonden over macht zonder verantwoording, ging het hier om het ontbreken van verantwoordelijkheid in de journalistiek, om de neiging de grenzen op te zoeken in de nieuwsgaring.
- 4 Journalisten zijn over het algemeen nogal cynisch over het functioneren en de 'mediageilheid' van (andere) politici: 72% van de parlementaire journalisten vindt dat politici alles doen om in de media te komen (wat overigens door 61% van hen bevestigd wordt) (Van Praag et al., 2010).
- 5 Maar niet elke politicus is in staat of bereid zijn verhaal te doen aan een studiotafel die hij moet delen met een soapsterretje of andere BN-er, waarbij hij even gemakkelijk moet reageren op een vraag van de tafelheer of

diens *sidekick* als een mening verkondigen, liefst met niet geveinsde empathie, over de liposuctie van het sterretje of de keuze van boer X voor kandidaat Y.

- 6 Het is overigens de vraag of we hier te maken hebben met wat Gianpietro Mazzoleni (2011) media populisme of populistische journalistiek noemt of 'gewoon' met commerciële journalistiek in een nieuw jasje.
- 7 Met ondersteuning van de overheid is er een Nieuwsmonitor gekomen en een Media-debatsbureau, en is de positie van de Raad voor de Journalistiek (in principe) versterkt. Inmiddels is het Media-debatsbureau echter alweer ter ziele. En wat de politieke oriëntatie op de media betreft: nog steeds is zo'n twee derde van de Kamervragen afkomstig van mediaberichtgeving.

Literatuur

- Adriaansen, Maud & Philip van Praag (2010) 'Nieuwe scheidslijnen en de turbulente relatie tussen politiek, media en burgers'. In: H. Dijkstelbloem, P. den Hoed, J.W. Holtslag & S. Schouten (red.) *Het gezicht van de publieke zaak: openbaar bestuur onder ogen*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Bakker, Tom & Chris Paterson (2011) 'The new frontiers of journalism: citizen participation in the United Kingdom and the Netherlands', in: Kees Brants & Katrin Voltmer (red.) *Political Communication in Postmodern Democracy*. Basingstoke: Palgrave, 183-200.
- Bardoel, Jo (2010) *Toekomst voor de journalistiek*. Oratie Radboud Universiteit Nijmegen.
- Bloemendaal, Frits (2011) *Pers, politiek en hun publiek: naar een nieuwe verbinding*. Key note op symposium 'Politiek en Media in Onzekere Tijden'. Universiteit Leiden.
- Bovens, Mark & Anchrit Wille (2010) *Diplomademocratie. Over de spanning tussen meritocratie en democratie*. Amsterdam: Prometheus/Bert Bakker.
- Bovens, Mark & Anchrit Wille (2011) 'Politiek vertrouwen in Nederland: tijdelijke dip of definitieve daling? In: Rudy Andeweg & Jacques Thomassen (red.) *De democratie doorgelicht: evaluatie van het Nederlandse democratische bestel*. Leiden: Leiden University Press.
- Brants, Kees (2000) *Double bind of de ambivalente relatie tussen politiek en media*. Oratie Universiteit Leiden.
- Eurobarometer 69 (2008) en 71 (2010) *Public Opinion in the European Union*. European Commission: TNS Opinion Social.
- Kennedy, James (2009) *Bezielende verbanden. Gedachten over religie, politiek en maatschappij in het moderne Nederland*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.
- Kitzinger, J. & J. Reilly (1997) 'The rise and fall of risk reporting', *European Journal of Communication* 12(3), 350-391.
- Koole, Ruud (2006) *Politiek en tegenpolitiek in de Nederlandse democratie. Politici, journalisten en wetenschappers in de ban van het populisme*. Oratie Universiteit Leiden.
- Kriesi, Hanspeter, Edgar Grande, Romain Lachat, Martin Doezal, Simon Bornschrier & Timotheos Frey (2008). *West European Politics in the Age of Globalization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Laroës, Hans (2002) *Ten aanval*. Notitie NOS-Journaal. Hilversum: NOS.
- Manin, Bernard (1997) *The principles of representative government*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mazzoleni, Gianpietro (2011) *Towards a populist journalism? The challenges of popularization of information for political communication in Europe*. Key note at conference on 'Political communication in Europe: changing contexts, changing contents'. University of Amsterdam
- Praag, Philip van & Kees Brants (2005) 'Op weg naar de toeschouwersdemocratie', in: Kees Brants & Philip van Praag (red.) *Politiek en Media in Verwarring. De verkiezingscampagnes in het lange jaar 2002*. Amsterdam: Het Spinhuis, 268-284.
- Praag, Philip van, Kees Brants & Claes de Vreese (2010) 'Het wantrouwen tussen politici en journalisten', *Bestuurskunde* 19(1), 11-19.

RMO (2003) *Medialogica. Over het krachtenveld tussen burger, media en politiek*. Den Haag: Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling.

ROB (2003) *Politiek en Media. Pleidooi voor een LAT-relatie*. Den Haag: Raad voor het Openbaar Bestuur.

ROB (2010) *Vertrouwen op Democratie*. Den Haag: Raad voor het Openbaar Bestuur.

Rosenthal, Uri (2001) 'De media: machtsuitoefening en controle op de macht', *Bestuurskunde* 10(7), 292-299.

Scholten, Otto (1989) 'Media, politiek en kiezers. Over drie-band en de kunst van het ivoordraaien', *Namens* 4(1), 25-30.

14 Thomassen, Jacques (2010) *De permanente crisis van de democratie*. Afscheidsrede Universiteit Twente.

TK 2008. Wijziging van het Wetboek van Strafvordering tot vastlegging van het recht op bronbescherming bij vrije nieuwsgaring (Wet bronbescherming in strafzaken). Concept 29 oktober 2008.

Zoonen, Liesbet van (2011) *Post-fact culture, I-pistemology and other anomalies among current publics*. Key note at conference on 'Political communication in Europe: changing contexts, changing contents'. University of Amsterdam.

PROF.DR. KEES BRANTS



- 1969 Diploma School voor de Journalistiek Utrecht
- 1969-1973 Verslaggever De Gooi- en Eemlander en dagblad De Tijd
- 1979 Doctoraalexamen politicologie, Universiteit van Amsterdam
- 1979-1989 Medewerker vakgroep Politiek Gedrag, Universiteit van Amsterdam
- 1981 Doctoraalexamen massacommunicatie (vrije studierichting), Universiteit van Amsterdam
- 1989-2011 Universitair (hoofd)docent vakgroep Communicatiewetenschap, Universiteit van Amsterdam
- 1991 Proefschrift Sociale Wetenschappen Universiteit van Amsterdam: De sociale constructie van fraude (met Chrisje Brants)
- 1999-2011 Bijzonder hoogleraar politieke communicatiewetenschappen namens het Leids Universiteits Fonds, Universiteit Leiden
- 2011 Honorary professor aan de Universiteit van Amsterdam's School of Communication Research

PvdA-leider Anne Vondeling omschreef in de jaren zestig van de vorige eeuw de relatie tussen politiek en media als die tussen stekker en stopcontact, een metafoor die vooral het symbiotische karakter van de relatie beoogde te benadrukken. In de daarop volgende decennia is die verhouding meer en meer een wantrouwige geworden, op z'n best een verstandshuwelijk, om een andere metafoor te gebruiken, op z'n slechts een echtscheiding. Er is ook wel het een en ander veranderd: de overheid lijkt onderdeel geworden van een *performance*, publiciteit en permanente campagne vragende 'toeschouwersdemocratie'; politieke partijen veranderen van aard, aanhang en functie; media zijn in een concurrentiestrijd gewikkeld op zoek naar consument en burger; de journalistiek treedt de politiek zowel afstandelijker, als amuserender en cynischer tegemoet; het internet heeft niet alleen de burgerjournalist gebaard, maar voor de politiek ook een eigen, direct communicatiekanaal met het publiek gecreëerd; en die burger, waar het in de politieke communicatie toch uiteindelijk om draait, is als kiezer steeds zwevender en zwervender geworden en als consument van politiek en media steeds ongeduldiger, vaak wantrouwiger en niet zelden bozer. In deze afscheidsrede houdt Kees Brants de ontwikkelingen in de relatie politiek-media-publiek van de afgelopen tien jaar tegen het licht. Hij stelt daarbij de vraag of het Fortuyn-tijdperk heeft geresulteerd in een stijlbreuk met de traditioneel tamelijk respectvolle Nederlandse politieke communicatiecultuur en of de veel gehoorde kritiek op het functioneren van media en journalistiek de door verschillende representanten van de politiek-maatschappelijke elite voorgestelde maatregelen rechtvaardigt.



Universiteit Leiden